

# Design Thinking para mejorar la experiencia de los pacientes: el ejemplo de Stanford Healthcare



**Sergio Villanueva-Meyer, BArch, MBC**  
LEED AP BD+C [sergiovm@outlook.com](mailto:sergiovm@outlook.com)

Cada día, la metodología conocida como “Design Thinking” se hace más conocida. No tiene aún una definición concreta y se puede considerar como una herramienta, una estrategia o un método para encontrar soluciones prácticas y creativas a problemas. Lo que sí está claro es que los resultados a partir de su uso son extraordinarios. Una de las definiciones más acertadas es la siguiente: *Metodología para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.* En medicina, los problemas complejos son el pan de cada día y esta nueva forma creativa de afrontarlos podría ayudar a mejorar los servicios en una institución o en todo un sistema de salud estatal.

El concepto no es muy diferente del método científico que comienza formulando una hipótesis y luego, bajo un mecanismo de retroalimentación iterativo, forma una teoría. Una de las principales diferencias es que la retroalimentación en el método científico está basada principalmente en evidencia observada a partir de hechos medibles. Por el contrario, en *Design Thinking* se identifican los aspectos ambiguos con la intención de encontrar parámetros desconocidos y soluciones alternativas. El método es iterativo y las soluciones “intermedias” son potenciales puntos de partida a rutas alternativas en un proceso colaborativo y multidisciplinario.

El proceso tiene 5 etapas que son las siguientes: **Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear.**

La primera etapa consiste en entender bien las necesidades de los usuarios y de su entorno. Luego se define lo que realmente aporta valor para empezar a idear un sinfín de opciones. En la fase “Idea”, se deben eliminar los juicios de valor, ya que a veces las ideas más estrambóticas son las que generan las soluciones más visionarias. En la etapa de “Prototipar” las ideas se hacen realidad de manera palpable para visualizar las posibles soluciones. Finalmente, en la etapa de “Testear”, se prueban los prototipos con los usuarios implicados para identificar mejoras significativas y posibles carencias.

El Departamento de Emergencias del Stanford Hospital realizó un taller de 2 días para buscar mejoras en la experiencia de sus pacientes. El proceso comienza preguntando a los pacientes cómo se sintieron en la zona de emergencias del hospital. Luego, los médicos y enfermeras se pusieron literalmente en los zapatos de los pacientes para sentir la experiencia y empatizar con ellos y sus familiares, abriendo un abanico de opciones de mejora. Esta metodología también fue usada por el equipo de diseño del nuevo hospital de Stanford, que abrirá sus puertas en 2018. El proceso incluyó 7 meses de entrevistas, talleres y simulaciones de trabajo real para rediseñar los *nursing units*.

Hoy en día, esta metodología es adaptable a cualquier negocio. Grandes empresas multinacionales como Apple, IBM y Google dan gran importancia a sus iniciativas innovadoras, pero esto no quiere decir que no se pueda aplicar en nuevos emprendimientos, consultorios, hospitales o clínicas. Existe un sinnúmero de casos de éxito de iniciativas en los lugares más variados.

